**IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) PT TELKOM MELALUI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN
(Study Kasus Pada Program CSR PT Telkom melalui “Pemberdayaan
komunitas perempuan Sukapura Kiaracondong Bandung”)**

Siti Qona'ah
Akademi Komunikasi
Bina Sarana Informatika
Jl. Kayu jati 5 no. 2, Pemuda, Rawamangun Jakarta Timur
Email: siti.sqa@bsi.ac.id

Abstract

Women Community Empowering Program Sukapura Kiaracondong Bandung is the implementation of a Corporate Social Responsibility Program conducted by PT Telkom and implemented in 2013. Corporate Social Responsibility program was done and it consisted of training and mentoring activities in the field of entrepreneurship, health and social activities. This study was to determine the implementation of Corporate Social Responsibility Program of PT Telkom through the women empowering (Case Study At PT Telkom through the CSR program "Women Community Empowering at Sukapura Kiaracondong Bandung") In this study, a qualitative approach and case studies were used as a method of the research that suggested through this activity. It was as a part of Corporate Social Responsibility activities in the field of community development and women empowering. Thus with Corporate Social Responsibility through community development and women empowering can improve people's live at Sukapura Kiaracondong Bandung, West Java.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Community Development, Women's Empowerment

I. PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan hal penting bagi negara – negara berkembang. Pembangunan menuntut suatu negara untuk bekerja keras agar dapat mengoptimalkan potensi dan sumber daya yang dimiliki, sehingga mendatangkan kesejahteraan bagi warga negaranya. Agar pembangunan yang berkelanjutan terwujud dibutuhkan langkah – langkah konkrit yang harus dilakukan. Salah satunya melalui corporate social responsibility.

Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koprasia wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia

berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial kualitas hidup masyarakat.

Bentuk kepedulian melalui program CSR yang dimaksudkan sebagai proses komunikasi orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya, dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005)

Community development merupakan salah satu bentuk dari corporate social responsibility yang sering dilaksanakan di Indonesia. Perusahaan yang melaksanakan konsep community development menekankan pada pembangunan social dan pembangunan kapasitas masyarakat yang akan memanfaatkan potensi masyarakat local dan menjadi modal sosial perusahaan untuk semakin maju dan berkembang dan dapat menciptakan peluang sosial ekonomi.

Dalam mewujudkan pembangunan masyarakat sosial tak terlepas dari Pemberdayaan masyarakat yang terkadang mengalami permasalahan, diantaranya adalah tidak meratanya program pemberdayaan yang diterima oleh masyarakat. Kaum perempuan merupakan sumber daya manusia yang juga harus dikembangkan potensinya untuk mendukung program pembangunan berkelanjutan.

Wilayah Sukapura Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung tergolong dalam kategori Inpres Desa Tertinggal (IDT), Saat ini dijumpai kesenjangan sosial dalam kondisi sosial ekonomi masyarakat perempuan di perkotaan yang belum sepenuhnya bersentuhan dengan kesempatan pemerataan pendidikan dan kesejahteraan, kondisi yang demikian terjadi akibat tingginya arus urbanisasi yang sulit untuk dibendung.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk., yang selanjutnya disebut TELKOM atau Perseroan dalam melaksanakan corporate social responsibility melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang dikelola oleh unit yang disebut Community Development Center (CDC).

Community Development Centre Tekom untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas perempuan dengan keluarga di Sukapura Kiara Condong melalui serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan di bidang kewirausahaan, kesehatan serta aktivitas sosial kemasyarakatan lainnya yang dikemas dalam program "Pemberdayaan komunitas perempuan Sukapura Kiaracondong Bandung".

II. KAJIAN LITERATUR

2.1. Corporate Sosial Responsibility

Kotler & Nancy (2005:4) corporate social resposiblity (CSR) adalah: komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Wibisono (2007:8) CSR di definisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis,

meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple botton line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan)

Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut : merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. (csr review: 2007)

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan Prinsip Triple Botton Line yang berpijak pada pemikiran bahwa selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet)

Wibisono (2007; 32) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P. yaitu :

Profit (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

People (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.

Planet (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana

jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Wibisono (2007;78) menyatakan, tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya antara lain :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat
- c. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.

Lebih lanjut Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate social responsibility: yaitu:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
- b. Layak mendapatkan *social license to operate* masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
- d. Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
- e. Membentangkan akses menuju market
- f. Mereduksi biaya

- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

a. Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate

Menurut Iriantara (2007:61) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengambilan keputusan
- c. Program penanganan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

Lebih lanjut Iriantara (2007:61) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain :

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks
- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal arti penting kebersihan dan kesehatan .

perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri

2.5. *Pengembangan masyarakat (Community Development)*

Susanto (2007) menyatakan, Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang diterapkan Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dan kualifikasi yang diinginkan cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat, rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat di golongan dalam 3 bentuk yaitu:

- a. *Public Relations*
Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan
- b. *Strategy defensive*
Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negative komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negative dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
- c. kegiatan yang berasal dari visi perusahaan
Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan

Wijanarko (2005) Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu :

1. *Community relations*
yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung, mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.
2. *Community service*
Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah di lakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan tersebut.
3. *Community empowering*
program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya seperti pembentukan usaha industry kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjutan. Dalam kategori ini adalah kemandirian komunitas.

Kindervatter dalam Iriantara (2007:173) menyatakan bahwa pengembangan masyarakat memiliki komponen-komponen sebagai berikut :

- a. Berorientasi pada kebutuhan baik material maupun non material
- b. Memanfaatkan kesejatan (*endogenous*) masyarakat setempat termasuk visi dan misinya masa depan

- c. Mandiri yang berarti mendasar pada kekuatan dan sumber daya yang dimilikinya
- d. Bersifat ekologis yang memanfaatkan sumber daya secara rasional dan penuh kesadaran
- e. Didasarkan pada transformasi structural yang berarti adanya perubahan dalam relasi sosial, kegiatan ekonomi dan struktur kekuasaan.

2.5. Pendekatan Pendekatan Program Pengembangan Masyarakat

Menurut Suryadi (2009) menguraikan ada 3 pendekatan dalam community development. Tiga pendekatan atau model itu adalah:

a. *locality development approach*

Locality development approach beranggapan bahwa perubahan komunitas bisa terjadi optimal melalui partisipasi luas dari berbagai spectrum masyarakat ditingkat local dalam menetapkan tujuan dan aksi. Tujuan dari pendekatan locality development adalah meningkatkan kapasitas komunitas dan membantu komunitas lebih mandiri sehingga mampu menyelesaikan masalah.

b. *Sosial planning approach*

Sosial planning approach menggunakan proses teknis mengatasi masalah sosial (termasuk kemiskinan, perumahan, kesehatan) yang ada melalui perubahan yang ada melalui perubahan yang terencana berdasarkan hasil penelitian dan perencanaan yang rasional.

c. *Social Action Approach*

Social action approach didasarkan pada anggapan kelompok populasi yang terbelakang perlu diorganisir agar beraliansi dengan yang lainnya, dengan tujuan mendorong terjadinya respon dari komunitas yang lebih besar untuk meningkatkan sumber daya atau perlakuan yang lebih adil dan demokratis.

2.6 Pemberdayaan Perempuan

Menurut Zakiah (2010 :44) Pemberdayaan merupakan transformasi hubungan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan pada empat level yang berbeda, yakni keluarga, masyarakat, pasar dan negara. Konsep pemberdayaan dapat dipahami dalam dua konteks. Pertama, kekuasaan dalam proses pembuatan keputusan dengan titik tekan pada pentingnya peran perempuan. Kedua, pemberdayaan dalam term yang berkaitan dengan fokus pada hubungan antara pemberdayaan perempuan dan akibatnya pada laki-laki di masyarakat yang beragam. Kindervatter menekankan konsep pemberdayaan sebagai proses pemberian kekuatan dalam bentuk pendidikan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan kepekaan terhadap perkembangan sosial, ekonomi dan politik sehingga pada akhirnya mereka mampu memperbaiki dan meningkatkan kedudukannya di masyarakat.

Lebih lanjut zakiah menyatakan (2010:44) Cakupan dari pemberdayaan tidak hanya pada level individu namun juga pada level masyarakat dan pranata-pranatanya. Yaitu menanamkan pranata nilai-nilai budaya seperti kerja keras, keterbukaan dan tanggung jawab. Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (empowerment), berasal dari kata power yang artinya keberdayaan atau kekuasaan. Pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana seseorang, rakyat, organisasi. dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (berkuasa atas) kehidupannya.

Zakiah menyatakan (2010 :44) Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan didefinisikan sebagai proses dimana pihak yang tidak berdaya bisa mendapatkan kontrol yang lebih banyak terhadap kondisi atau keadaan dalam kehidupannya. kontrol ini meliputi kontrol terhadap berbagai macam sumber (mencakup fisik dan

intelektual) dan ideologi meliputi (keyakinan, nilai dan pemikiran).

Salman menyatakan (2005:181), pemberdayaan terhadap perempuan adalah salah satu cara strategis untuk meningkatkan potensi perempuan dan meningkatkan peran perempuan baik di domain publik maupun domestik. Hal tersebut dapat dilakukan diantaranya dengan cara:

1. Membongkar mitos kaum perempuan sebagai pelengkap dalam rumah tangga. Pada zaman dahulu, muncul anggapan yang kuat dalam masyarakat bahwa kaum perempuan adalah konco wingking (teman di belakang) bagi suami serta anggapan “swarga nunut neraka katut” (ke surga ikut, ke neraka terbawa). Kata nunut dan katut dalam bahasa Jawa berkonotasi pasif dan tidak memiliki inisiatif, sehingga nasibnya sangat tergantung kepada suami.
2. Memberi beragam ketrampilan bagi kaum perempuan. Sehingga kaum perempuan juga dapat produktif dan tidak menggantungkan nasibnya terhadap kaum laki-laki. Berbagai ketrampilan bisa diajarkan, diantaranya: ketrampilan menjahit, menyulam serta berwirausaha dengan membuat kain batik dan berbagai jenis makanan.
3. Memberikan kesempatan seluas-luasnya terhadap kaum perempuan untuk bisa mengikuti atau menempuh pendidikan seluas mungkin. Hal ini diperlukan mengingat masih menguatnya paradigma masyarakat bahwa setinggi-tinggi pendidikan perempuan toh nantinya akan kembali ke dapur. Inilah yang mengakibatkan masih rendahnya (sebagian besar) pendidikan bagi perempuan.

Menurut Novian (2010) pemberdayaan perempuan adalah upaya pempampuan perempuan untuk memperoleh akses dan kontrol terhadap sumber daya, ekonomi, politik, sosial, budaya, agar perempuan dapat mengatur diri dan meningkatkan rasa percaya diri untuk mampu berperan dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah, sehingga mampu membangun kemampuan dan konsep diri.

Novian (2010) Pemberdayaan perempuan merupakan sebuah proses sekaligus tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan kegiatan memperkuat

kekuasaan dan keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan merujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh perubahan sosial, yaitu masyarakat menjadi berdaya

III. METODE PENELITIAN

Metodelogi pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006 : 66) metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Mulyana (2001:201) study kasus periset bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki cirri :

1. *Partikularistik* : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
2. *Deskriptif*. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
3. *Heuristic* metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif* Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori.

Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

Pawito (2008:102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di

amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunik-asi kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic

Moleong (2002:11) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data yang di ambil peneliti dalam penulisan ini dapat melalui study kepustakaan atau sumber tertulis (*library research*)

IV PEMBAHASAN

Salah satu wujud kepedulian PT Telkom adalah dengan Mengambil peran aktif dalam meningkatkan kualitas hidup dalam kehidupan masyarakat, melalui program corporate social responsibility.

TELKOM telah mengklasifikasikan program TELKOM CSR dalam 7 (tujuh) Pilar Program, yaitu: Pendidikan, Kesehatan, Kebudayaan dan Keadaban, Kemitraan, Layanan Umum, Lingkungan Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam. Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan selanjutnya dikelola oleh unit yang disebut Community Development Center (CDC).

CDC Tekom mengambil inisiatif untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas perempuan dengan keluarganya melalui serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan di bidang kewirausahaan, kesehatan serta

aktivitas sosial kemasyarakatan lainnya yang dikemas dalam program “Pemberdayaan komunitas perempuan Sukapura Kiaracandong Bandung”.

Acara yang dilaksanakan pada bulan April 2013, ditandai dengan penyerahan bantuan Telkom sarana penunjang keterampilan berupa satu unit mesin jahit bertenaga listrik, 2 unit mesin obras, 1 over-deck, 1 oven berbahan bakar gas dan 1 mixer 5K, diserahkan langsung oleh SGM-CDC M. Ade Sulchi kepada Rika Philiawati mewakili komunitas perempuan Sukapura kiaracandong Bandung.

Pemberian bantuan ke Sukapura kiaracandong dilatarbelakangi masih banyak dijumpai kesenjangan sosial dalam kondisi sosial ekonomi masyarakat perempuan di perkotaan yang belum sepenuhnya bersentuhan dengan kesempatan pemerataan pendidikan dan kesejahteraan masyarakat tergolong dalam kategori Inpres Desa Tertinggal (IDT), kondisi yang demikian terjadi akibat tingginya arus urbanisasi yang sulit untuk dibendung, walaupun memiliki areal wilayah yang cukup luas untuk ukuran Kota untuk saat kegiatan yang dilaksanakan di lingkungannya baru sebatas perbaikan lingkungan, belum menyentuh kepada akar permasalahan sosialnya potensi ekonomi. Selain itu permasalahan lainnya adalah masih terbatasnya skill dan permodalan untuk dapat menghasilkan produk yang diminati pasar dengan kualitas baik, dengan keberadaan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Rumah Iqra sambung Darajat, ada langkah-langkah kearah itu dengan prioritas program Swadaya masyarakat Pokja Kemakmuran yang masih terkendala di pemasaran, sedangkan untuk workshop, Aula kantor Kelurahan memang luas namun jadwal peruntukannya sangat padat sehingga disolusikan untuk dilakukan di rumah Iqra.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut perlunya memacu produktivitas kaum ibu dengan adanya dukungan atau bantuan pembinaan keterampilan plus modal usaha, hal ini dikarenakan produk sulaman yang dihasilkan kaum perempuan Sukapura kiaracandong sudah mampu menembus pasar yang kompetitif.

CDC Telkom menggelar serangkaian pelatihan keterampilan bagi komunitas perempuan dalam bentuk pelatihan tataboga, tatabusana, dan pengembangan keterampilan anak-anak putus sekolah di Sukapura, Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung,

Sementara itu, SGM-CDC M. Ade Sulchi didampingi SM Bina Lingkungan Asep Hermawan dan SM Keuangan Panut Sugianto dalam mengatasi permodalan usaha, pemecahan permasalahannya yaitu untuk masalah ini sepanjang kegiatan usahanya telah dijalani minimal selama 6 bulan, dapat mengajukan permohonan pinjaman modal usaha ke Telkom.

Program pengembangan masyarakat yang dilaksanakan oleh PT Telkom berupa Community empowering. PT Telkom melaksanakan program dengan memberikan akses untuk menjadi lebih mandiri dan pemberian modal untuk menunjang usaha yang dilaksanakan, sehingga komunikasi perempuan suka pura kiara condong dapat lebih mandiri dan berkelanjutan

IV. Penutup

PT Telkom melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang dikelola oleh unit Community Development Center (CDC) melaksanakan corporate social responsibility dengan Mengambil peran aktif dalam meningkatkan kualitas hidup dalam kehidupan masyarakat,

Kegiatanyang dilaksanakan berupa memproduktivitaskan kaum ibu dengan adanya dukungan atau bantuan pembinaan keterampilan plus modal usaha.

Pada hakikatnya PT Telkom dalam melaksanakan corporat social responsibility bertujuan untuk berbagi kebahagiaan dan kenikmatan kepada warga masyarakat yang tergolong prasejahtera dan bersama-sama bangkit memperbaiki taraf hidup dan kehidupannya agar kelak mampu tumbuh menjadi keluarga sejahtera melalui berbagai kegiatan produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, CSR dalam Perspektif Ganda, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007
- A.B. Susanto, Memberikan Gerakan Hijau, Majalah Ozon, 5 Februari 2003.
- Gibson CH. 1991 A concept analysis of empowerment. *J. Adv. Nurs.*
- Hulme PA. 1999, Family empowerment: A nursing intervention on with suggested outcomes for families of children with a chronic health condition. *J. Fam. Nurs.*
- Iriantara Yosol, 2007, Community Relations, Konsep dan Aplikasinya, PT Remaja Rosdakarya, Offset Bandung.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Riset Komunikasi PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Moleong, Lexy, J, 2002 Metode Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosda Karya, Bandung
- Paliadelis P, Cruickshank M, Wainohu D, Winskill, Paliadelis P, Cruickshank M, Wainohu D, Winskill R, & Stevens H. Implementing family-centered care: An exploratio of the beliefs and practices of paediatric nurses. *Aust. J. Adv. Nurs.* 2005;
- Pawito, 2008, Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS, pelangi, Aksara, Yogyakarta.
- Proper alat ukur csr dikutip dari csr review, majalah bulanan vol 1. No 1, 2007, Jakarta)
- Rodwell CM. 1996, An analysis of the concept of empowerment. *J. Adv. Nurs.*
- Ruslan, Rosady, 2011, Metodologi Penelitian Public Relations dan

Komunikasi cetakan ke 5 rajawali
pers Jakarta

Salman ismah , 2005 Keluarga Sakinah
dalam Aisyiyah, cet. Ke-1 Jakarta:
PSAP Muhammadiyah, 2005

Wibisono, yusuf, 2007, Membedah
Konsep & Aplikasi CSR, Fasco
Publishing, Gresik

Wijanarko, Himawan, Reputasi
Majalah Trust 4-10 Juli 2005

Zakiyah, Pemberdayaan Perempuan
oleh Lajnah Wanita, Jurnal Pengkajian
Masalah sosial Keagamaan, XVII, 01
Januari-Juni 2010

Novian, Budhy. 2010. Sekilas Tentang
Pemberdayaan Perempuan. Artikel
Sanggar Kegiatan Belajar Kota
Pangkalpinang, Kepulauan Bangka
Belitung

Sumber lain :

<http://telkom.net/telkom-peduli/berita-csr/sosial/csr-bumn-membangun-desa-untuk-pemberdayaan-potensi-perempuan.html>

<http://www.tubasmedia.com/berita/telkom-gelar-pelatihan-keterampilan-di-kieracondong>.

Riwayat Penulis

Siti Qona'ah S. Sos. MM lahir di Bandung 26 Maret 1973 adalah dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) selesai pada tahun 1997. Saat ini beliau sudah menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Magister Manajemen pada Universitas BSI Bandung pada tahun 2012. Sebelum aktif di dunia pendidikan beliau bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.